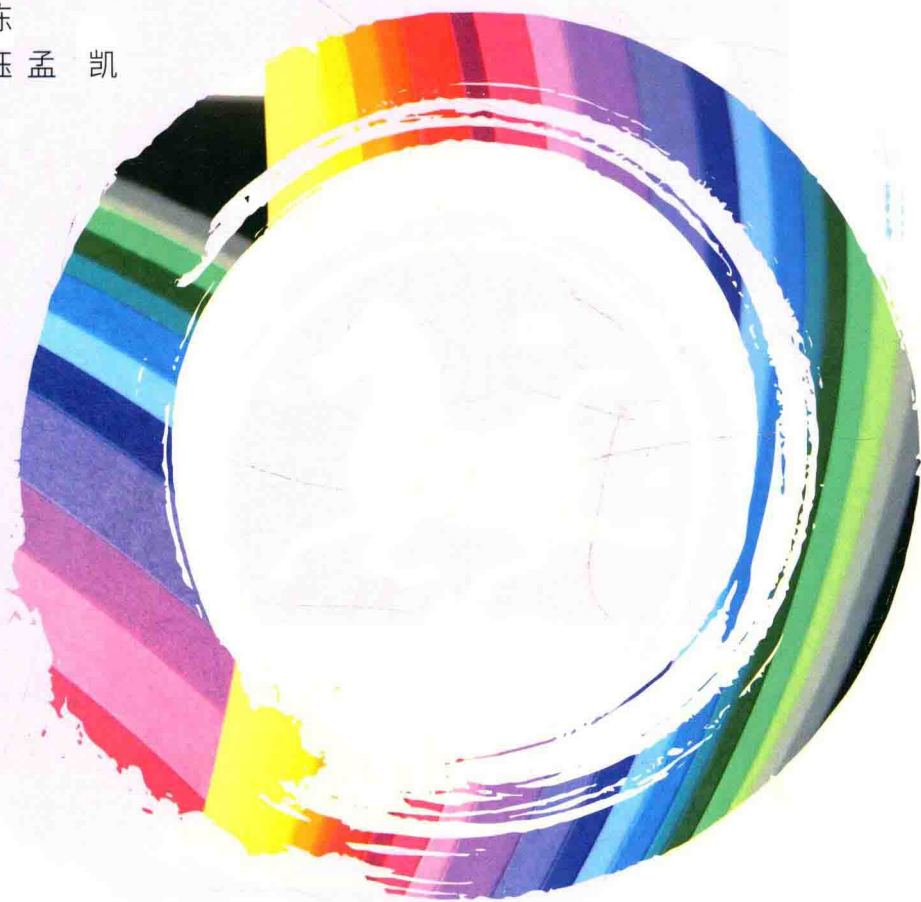


旅游经济学

LVYOU JINGJIXUE

主 编：范士陈

副主编：吴 珏 孟 凯



中国财经出版传媒集团



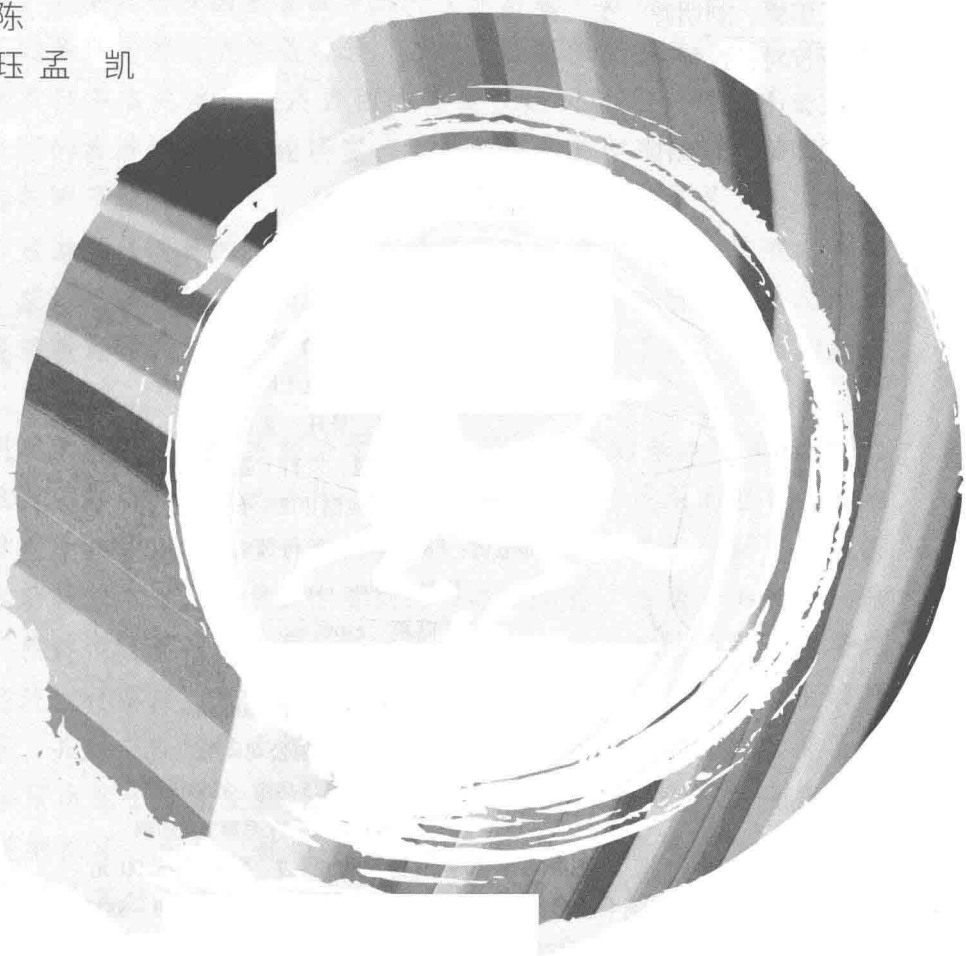
经济科学出版社
Economic Science Press

旅游经济学

LVYOU JINGJIXUE

主 编：范士陈

副主编：吴 珏 孟 凯



中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游经济学/范士陈主著. —北京: 经济科学出版社, 2017. 6

ISBN 978 - 7 - 5141 - 8052 - 7

I. ①旅… II. ①范… III. ①旅游经济学 IV.
①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 117852 号

责任编辑: 刘明晖 李 军

责任校对: 徐领柱

版式设计: 齐 杰

责任印制: 王世伟

旅游经济学

主 编: 范士陈

副主编: 吴珏 孟凯

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮箱: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京中科印刷有限公司印装

787 × 1092 16 开 14.75 印张 320000 字

2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 8052 - 7 定价: 48.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn)

前 言

《旅游经济学》是高等院校旅游管理专业的基础课程。改革开放以来，为了适应我国旅游经济发展和人才培养的需要，许多出版社相继出版了多本这方面的书籍，其中既有我国学者翻译的外文旅游经济研究成果，也有我国学者自己编著的各种旅游经济学教科书。另外，还有很多学者在国内外的主要期刊上发表了很多有关旅游经济方面的专题性论文。这些研究成果的问世，对推动我国的旅游经济学理论研究、旅游经济发展和高等旅游教育事业的建设等，都起到了独特的作用。然而，伴随着社会经济的发展、旅游产业的快速扩张和旅游高等教育的不断进步，旅游经济学的教学也应该随之有一个较大发展，应该把最近旅游经济理论、方法、应用方面的研究成果及时地反映到旅游经济教育和教学中来。鉴于此，我们组织编写了这本《旅游经济学》教材。

本书运用政治经济学、西方经济学和区域经济学等的基本理论与方法，在充分参考旅游经济研究方面的著作、教材、论文等最新成果的基础上，结合旅游学、管理学、地理学等多学科的知识，比较全面、系统地阐述了旅游经济学的基本理论与方法。全书的主要内容包括：绪论、旅游产品开发、旅游供求均衡、旅游市场开拓、旅游投资决策、旅游收入分配、旅游消费效用评价、旅游经济运行调控、旅游经济效益评价、旅游经济结构优化和区域旅游经济发展等，并对应性组织了相关案例以专题讨论形式加以深化和延展。

本书的编写由范士陈任主编，吴珏和孟凯任副主编，三人负责全书的写作组织、提纲拟定、统稿，并由范士陈终审定稿。按照章节顺序，参加本书编写的人员及其分工为：范士陈（第一章和第二章）；吴珏（第三章、第四章、第五章和第六章）；孟凯（第七章、第八章、第九章、第十章和第十一章）。

在本书的编写过程中，我们参阅了许多专家、学者的著作与文章，吸收利用了他们的某些研究内容、数据和图表，在此特向他们表示崇高的敬意和衷心的感谢。本教材出版得到了海南大学中西部高校提升综合实力专项资金子项目（HDZBJC1402）立项资助，经济科学出版社的李军编辑也对本书的出版做了大量工作，借此机会一并表示衷心感谢。

由于参加本书编写的人员较多，文笔很难完全统一，特别是在时间较短的情况下完成该书的编写，书中难免会存在许多不当甚至错误之处，敬请广大读者批评指正。

编 者

2017年4月于海口

目 录

Contents

第一章 绪论	1
课前导读 / 1	
第一节 旅游经济活动 / 2	
第二节 旅游经济学的产生发展 / 14	
第三节 旅游经济学的学科属性 / 21	
课后复习 / 23	
第二章 旅游产品开发	24
课前导读 / 24	
第一节 旅游产品的含义 / 25	
第二节 旅游产品的构成 / 29	
第三节 旅游产品的类型 / 31	
第四节 旅游产品的生命周期 / 33	
第五节 旅游产品的开发 / 36	
课后复习 / 39	
第三章 旅游供求均衡	40
课前导读 / 40	
第一节 旅游需求 / 41	
第二节 旅游供给 / 48	
第三节 旅游供求均衡 / 54	
课后复习 / 59	
第四章 旅游市场开拓	60
课前导读 / 60	
第一节 旅游市场概述 / 61	

第二节 旅游市场体系 / 64

第三节 旅游市场竞争 / 67

第四节 旅游市场开拓 / 69

课后复习 / 73

第五章 旅游投资决策 75

课前导读 / 75

第一节 旅游投资概述 / 76

第二节 旅游投资决策 / 80

第三节 旅游投资可行性研究 / 86

第四节 旅游投资项目评价 / 92

课后复习 / 106

第六章 旅游收入分配 107

课前导读 / 107

第一节 旅游收入概述 / 108

第二节 旅游收入测算 / 114

第三节 旅游收入分配 / 117

第四节 旅游收入乘数效应 / 122

课后复习 / 128

第七章 旅游消费效用评价 129

课前导读 / 129

第一节 旅游消费概述 / 130

第二节 旅游消费效用及其优化 / 136

第三节 旅游消费水平及其提高 / 139

第四节 旅游消费结构及其优化 / 144

第五节 旅游消费效果与评价原则 / 150

课后复习 / 151

第八章 旅游经济运行调控 152

课前导读 / 152

第一节 旅游经济运行概述 / 153

第二节 旅游经济运行规律 / 157

第三节 旅游经济宏观调控 / 160

课后复习 / 169

第九章 旅游经济效益评价..... 170

课前导读 / 170

第一节 旅游经济效益概述 / 171

第二节 微观旅游经济效益分析与评价 / 173

第三节 宏观旅游经济效益分析与评价 / 179

课后复习 / 183

第十章 旅游经济结构优化..... 184

课前导读 / 184

第一节 旅游经济结构概述 / 185

第二节 旅游经济结构的内容 / 189

第三节 旅游经济结构的优化 / 194

课后复习 / 199

第十一章 区域旅游经济发展 200

课前导读 / 200

第一节 区域旅游经济发展概述 / 201

第二节 区域旅游经济发展的条件分析 / 201

第三节 区域旅游经济发展的战略谋划 / 208

第四节 区域旅游经济发展的模式选择 / 213

第五节 区域旅游经济发展的保障措施 / 216

课后复习 / 223

参考文献..... 224

第一章

绪 论

课前导读

从旅游及其发展历程中，不难看出旅游与经济之间的密切联系，旅游中的经济问题便形成了我们要研习的旅游经济学。旅游经济学的第一章将从旅游与旅游业的发展开始探讨旅游经济活动，使我们真正了解旅游与经济之间的关联，以及旅游经济学的形成与发展、研究对象、内容与方法，最后将分析旅游经济学的学科特征及其与其他学科之间的关系，帮助我们厘清旅游经济学与其他相关学科的联系与区别。

第一节 旅游经济活动

一、旅游与旅游业的发展

(一) 旅游及其发展历程

旅游是人们为了休闲、娱乐、探亲访友或者商务目的而进行的非定居性旅行以及在游览过程中所发生的一切关系和现象的总和。这些旅游者不会永久居留,并且主要不从事赚钱的活动。旅游的目的包括六大类:休闲、娱乐、度假,探亲访友,商务、专业访问,健康医疗,宗教、朝拜,其他。旅游作为一种社会现象是随着生产的发展、社会分工的深化而逐渐得到了发展。旅游是旅行与游览的结合,其中游览是旅游的目的,旅行则是实现这一目的的手段。

旅游的先驱是商人,最早旅游的人是海上民族腓尼基人。旅行作为一种社会行为,古代就已经存在。中国是世界文明古国之一,旅行活动的兴起同样居于世界前列,早在公元前 22 世纪就有了旅行。当时最典型的旅行家大概要数大禹了,他为了疏通九江十八河,游览了中国大好河山。之后,就是春秋战国时的老子、孔子二人了。老子传道,骑青牛西去;孔子讲学周游列国。汉时张骞出使西域,远至波斯(今伊朗和叙利亚)。唐时玄奘取经到印度,明时郑和七下西洋,远至东非海岸,还有大旅行家徐霞客作了游记。

从旅游的形成历史来看,旅行活动与游览活动是相伴而生的,但严格地说,旅行活动早于游览活动。有人说,最早的旅行活动是指原始社会的迁徙、移居性游牧耕种活动。但是,在生产力极不发达的原始社会,由于生活环境与生存条件的需要,常常由一地迁徙到另一地,直到现代,地球上还有一些游牧民族仍是逐水草而居的。然而,这种迁徙移居性的活动虽具有旅行的性质,但还不能称为旅行,而只是原始性农业生产活动。真正的旅行是指人们因某些事务离开常居地,在外赶路或短时间的过夜住宿现象。在封建社会,旅行已经非常普遍,如人们从事的各种探险、科学考察、宗教信仰、外事交往、求医治病、商贸经营等。虽然在这些旅行中会不可避免地发生一些游览行为,但旅行的最终目的是从事其他活动,而并非游览。在此期间,只有少数帝王将相、皇宫贵族等,才有条件进行以游览为目的的消遣性旅行活动。因此,在整个漫长的奴隶社会和封建社会,旅游活动只不过是极少数特权阶级和贵族享乐的代名词。

在我国近代,通常是指 1840 年鸦片战争以后到新中国诞生(1949 年)前这段历史时期。这段时期我国由独立的封建国家逐渐沦为半殖民地半封建国家,社会的各个方面都发生了深刻的变化,其中最为显著的变化来自西方社会的政治、经济、文化、宗教对中国的渗透。一些外国旅游企业也陆续走入中国旅游市场,如美国“运通”旅行社、

英国“通齐隆”旅行社在中国开业经营，为外国旅游者来华提供服务，同时中国人要出国也必须依靠它们。为了改变这种局面，时任上海商业储蓄银行总经理的陈光甫，于1923年在上海成立了“上海商业储蓄银行旅行部”，专门为中国人代订车船票和办理出国手续，组织国内外旅行活动。1927年6月，旅行部重新申请营业执照，并更名为“中国旅行社”。这是中国人自己开办的第一家旅行社，也标志着中国近代旅游业的产生。

随着社会生产力发展水平的不断提高，特别是交通运输发展水平的不断提高，社会劳动分工不断深化，旅游逐渐同社会经济活动结合起来，发展成为包括食、住、行、游、购、娱在内的一系列经济活动。

（二）旅游业及其在中国的发展现状

旅游业是凭借旅游资源和旅游设施，向旅游者提供旅行游览服务的行业，又称无烟工业、无形贸易。狭义的旅游业，主要指旅行社、旅游饭店、旅游车船公司以及专门从事旅游商品买卖的旅游商业等行业。广义的旅游业，除专门从事旅游业务的部门以外，还包括与旅游相关的各行各业。旅行游览活动作为一种新型的高级的社会消费形式，往往是把物质生活消费和文化生活消费有机地结合起来。

在21世纪新阶段，党中央、国务院把扩大内需、促进消费确立为促进国民经济发展的长期战略方针和基本立足点。旅游业是第三产业的重要组成部分，是世界上发展最快的新兴产业之一，被誉为“朝阳产业”。《国务院关于加快发展服务业的若干意见》提出，要围绕小康社会建设目标和消费结构转型升级的要求，大力发展旅游、文化、体育和休闲娱乐等面向民生的服务业。

随着我国全面建设小康社会的不断推进，中国旅游业面临重大发展机遇：中国经济持续快速增长，必将对旅游需求增长发挥基础性的支撑作用；城乡居民收入将稳定增长，到2020年人均GDP将达3 500美元甚至更多，这将进入世界旅游界公认的旅游业爆发性增长阶段；国家扩大内需的经济发展方略和加快推动服务业的发展，将为旅游业进一步发展创造新的机遇；中国对外开放的进一步扩大，将为我国旅游业在国际市场和世界舞台更好地发挥作用，创造更为有利的条件；中国政通人和，社会安定，将成为世界上最安全的旅游目的地之一；随着对现行休假制度的完善和带薪休假制度的落实，将形成巨大的国内旅游消费市场。尽管当前面临百年不遇的国际金融危机，但我们经济社会发展的战略机遇没有发生逆转，我国旅游业发展仍属于上升期。基于以上分析，中国旅游业将进入一个新的发展阶段，并呈现一系列鲜明的特征：

1. 市场持续增长

在保持国际旅游竞争力的同时，国内旅游、出境旅游将步入快速发展时期。中国旅游市场将从以入境旅游为主导、国内旅游为基础，发展到国内、入境、出境三大旅游市场共同发展。中国旅游研究院发布的《中国出境旅游发展年度报告（2014）》中指出：2013年，我国出境旅游规模在2012年8 300万人次的基础上上升到9 819万人次，同比

增长 18%，2014 年更是达到 1.14 亿人次；出境旅游消费增长 26.8%，达到 1 287 亿美元。中国已经稳居世界第一大出境旅游市场与第一大出境旅游消费国。

2. 对外开放加快

随着加入 WTO 过渡期的结束，旅游业将启动新一轮的对外开放，国内外旅游市场一体化进程将加快，与国际市场、国际规则、国际水平将进一步接轨。中国入境旅游、出境旅游的规模不断扩大，旅游业将进一步发挥提升国家软实力的作用，我国旅游业在世界旅游界的话语权将继续增强，国际地位和影响力不断提升，参与国际规则、标准的制定与应用的空间进一步扩大。

3. 多元化发展

随着我国经济的持续快速增长和人民生活水平的不断提高，在传统的观光旅游持续增长的同时，休闲度假旅游将快速发展。与现代生活方式紧密相关的旅游新业态将大量涌现。城乡居民出游的选择将更趋多样化，旅游产品的供应将更加丰富和充裕。

4. 旅游效益显现

旅游发展对基础设施和相关设施的需求将明显增长，对相关行业的依托和促进作用也更为明显。此外，旅游发展对全面建设小康社会的贡献也将更为明显。旅游集中体现了人们对生活质量各个方面的要求，旅游消费成为持续性的需求，这就使旅游业具有较强的持续发展能力和抵抗风险的能力。旅游发展不是简单地适应需求，而是满足现实需求、引发潜在需求和创造新需求的综合体现，这是管理和服务水平不断提高的过程，也是综合效益不断显现的过程。随着工业化、城市化、信息化、国际化加快推进，旅游业发展的潜力巨大、前景广阔，仍将保持持续较快发展。

在新的发展阶段，我国旅游业处于发展的关键期，既有重要的发展机遇，又面临严峻的挑战。我国旅游业已处于“市场转型期、矛盾凸显期、管理提升期”，面临着优化产业结构、转变增长方式、提升发展质量和水平的艰巨任务，迫切需要由粗放型经营向集约化经营转变，由数量扩张向素质提升转变，由满足人们的基本旅游需求向提供高质量的旅游服务转变。为此，我国旅游业在今后一段时期要完成促进旅游产业体系建设，全面提升旅游产业素质，综合发挥旅游产业功能三大任务，实现建设世界旅游强国，培育新型重要产业的战略目标。

二、旅游活动与旅游经济活动概述

（一）旅游活动的概念界定

旅游活动，即是以游览为目的的旅行，是人们出于各种个人的或社会的动机，离开居住地区到另一地区或另一国家旅行游览一段时间，然后返回原住地的整个活动过程。旅游活动可以分为直接的或纯粹的旅游活动和间接的或特殊的旅游活动。直接的或纯粹的旅游活动是以游览为直接的或唯一的目的，包括游览、消遣、娱乐、度假等的旅行活

动；间接的或特殊的旅游活动包括以参加会议、探亲访友、科学考察、体育比赛等为目的的旅行活动，它们并非以游览为直接目的，但往往包含了游览的目的和内容。旅游活动就其性质来说，是一种以旅游者为主体，旅游资源和旅游设施为客体，通过旅游者的流动来表现的一种社会经济文化活动。旅游活动不是指单个旅游者的孤立的旅行游览活动，而是指社会的旅游活动，它反映了人们对旅游社会文化生活的需求和社会满足这种需求的关系。

（二）旅游经济活动的概念界定

旅游经济活动是随着社会经济的发展，在旅游活动发展到一定阶段时产生的。它是伴随着旅游活动的产生和发展，在旅游需求与旅游供给的矛盾运动中所产生的各种经济行为，是旅游活动采用商品交换形式所形成的旅游者与旅游生产者、旅游行业、政府以及其他利益相关者之间的经济联系和经济关系的总和，旅游经济活动是由旅游者流动所产生和引发的社会经济综合现象。因此，旅游经济活动是旅游活动采用商品交换形式所形成的旅游需求与旅游供给的矛盾运动，以及由此引起的各种经济现象和经济关系的运动、变化和发展的总和。

1. 旅游活动的不断丰富和商品经济的高度发展共同促进了旅游经济活动的形成

以历史的眼光来看，旅游活动并非一开始就是以商品交换的形式出现的，而是随着社会生产力发展水平的不断提高，随着社会分工的不断细化和专业化，随着商品生产与商品交换广泛深入地发展而逐步商品化的。也就是说，随着社会经济的发展，旅游活动的社会化程度在不断提高，旅游活动过程中的各种经济联系不断加强，旅游活动同整个社会的经济依存关系日益紧密。与此相对应，旅游活动对整个社会经济的影响作用也变得越来越大。旅游者为了实现自己的旅游目的，必然会在食、住、行、游、购、娱等方面产生各种需求，而社会也必须为游人在旅游过程中的各种需求提供供给，以适时满足游人旅游活动的需要，从而实现供需双方各自需要的价值和使用价值的交换。也就是说，人类早期的旅游活动与今日的旅游活动相比，今日的旅游活动已经具有完全的商品化和社会化特征。商品化是指旅游活动是在商品交换的条件下完成的；社会化是指旅游活动已经成为一种大众性活动，其活动的开展离不开专门为旅游者提供产品和服务的旅游产品供给者以及与之配套的旅游服务组织与环境。在自然经济条件下，旅游活动主要表现为旅游者依靠自我服务而满足自我需求的活动，一般不涉及旅游产品的生产交换问题，而今日的旅游活动是建立在商品经济基础之上的，是以旅游商品的生产与交换为主要特征的旅游活动。

2. 在经济领域中旅游经济活动具体体现为旅游需求与旅游供给的矛盾运动

旅游经济活动主要反映的是旅游活动过程中供需双方之间发生的各种经济联系以及这种联系对社会经济发展所产生的各种影响。旅游经济活动像工业、农业、其他第三产业一样，也是经济的重要部门和重要经济活动的内容之一，只不过生产资料、劳动对象、生产成果以及所解决的主要矛盾不同而已。例如，在解决主要矛盾方面除了旅游需

求与旅游供给这对基本矛盾以外,还有旅游活动中的经济效益、社会效益、环境效益三者之间的矛盾;旅游需求中旅游者的旅游欲望与旅游支付能力、闲暇时间、身体条件等方面的矛盾;旅游者之间争夺“热点”“热线”的矛盾;旅游企业之间争夺客源的矛盾;旅游企业收益与成本之间的矛盾;旅游企业利益与国家利益、游客利益、旅游地居民利益之间的矛盾等。

3. 旅游者、旅游产品供给者和旅游目的地政府是旅游经济活动的主体

有旅游欲望的人是潜在旅游需求者,当潜在旅游需求者身体等条件许可,并得到充足的费用和闲暇时间的支持时,就会成为现实旅游需求者,即旅游者。而现实旅游需求者数量的多少、人员构成等,又在一定程度上决定了旅游活动的规模、地区范围和活动内容。有旅游产品生产欲望的人,是潜在旅游供给者,当潜在旅游供给者的供给条件许可,并价格合适、有利可图时,就会成为现实旅游供给者,即旅游产品的生产经营者。而现实旅游供给者人数的多少,生产的旅游产品种类和数量、服务质量、产品价格等,又在一定程度上影响着旅游需求,进而影响到旅游活动的规模、地区范围和活动内容。目的地政府是旅游产品生产、流通、交换和消费政策的制定者、市场秩序的管理者,在旅游经济活动中起着重要的宏观、微观组织协调和管理作用。可以说,没有政府的参与,旅游经济活动很难有序、正常地进行。旅游者、旅游产品经营者和政府三者既是旅游经济活动的主体,也是旅游经济效益的最大受惠者,三者和谐有序的互动,是旅游目的地旅游业顺利发展的根本保证。

4. 综合性程度高是旅游经济活动的特点

旅游活动虽不完全是以经济活动为目的,但其整个活动过程是以旅游经济活动为基础的,特别是在现代旅游活动中,旅游者要想有效地实现其旅游需求,既离不开食、住、行、游、购、娱等各种服务,也离不开金融、通信、文化、体育、医疗、保健、商务等各种辅助性服务。因此,从供给的角度看,旅游经济活动是一种以人为主体的,并涉及许多企业和行业的综合性服务活动。

三、实现旅游经济活动的基本条件

旅游经济活动是通过旅游产品的生产与交换实现的,因而它反映了旅游产品的实现过程。旅游经济活动是社会经济发展到一定高度的必然产物,旅游产品作为社会总商品的一部分,其价值由生产它们的社会必要劳动时间决定。旅游者在价值交换的基础上支付一定的金钱和时间,购买和消费旅游产品。这样旅游者和旅游经营者之间便发生了一定的经济联系,使旅游经济活动得以顺利进行。旅游经济活动的顺利实现条件包括宏观和微观两个方面:

(一) 宏观条件

旅游经济活动顺利实现的重要条件是一个社会的经济发展水平。社会经济发展水

平,既包括一个国家或地区经济发展如工业、农业、交通、商业、服务业等已达到的水平,又包括一个国家和地区的文化、教育、卫生等社会发展水平。社会经济发展水平对旅游经济活动的影响可以从两个方面表现出来:

一方面,它关系到旅游产生国或地区的社会经济发展水平,关系到该国或地区居民的文化教育水平能否使他们产生到别国或地区旅游的需求,以及经济能力是否达到满足他们外出进行旅游的需求,从而决定了该国或地区外出旅游者的数量及旅游消费水平。一国或地区的社会经济发展水平越高,所产生的旅游者的数量就越大,旅游消费水平就越高。另一方面,整个社会经济发展水平关系到旅游目的地国或地区的经济力量和经济条件,它决定了社会能够在旅游业方面投入多少人力、物力、财力,形成多大的旅游接待能力以及与旅游业相关的行业的发展水平。一国或地区社会经济发展水平越高,所能形成的旅游接待能力就越大。所以一国或地区的旅游经济活动的实现与发展是以社会经济发展水平为前提的。

世界上许多国家或地区由于其社会经济发展水平较高,既是旅游产生国或地区,又是旅游接待国或地区,如美国、法国、德国等,中国也正在迅速成长。有的国家如日本,由于资源所限,是世界重要的旅游产生国,但并非重要的旅游接待国。有的国家则正好相反,是重要的旅游接待国,但并非重要的旅游产生国,如肯尼亚等非洲国家。可见,对于不同国家和地区旅游经济活动的进行,还应考虑其他一些因素。

(二) 微观条件

旅游经济活动顺利进行的条件包括两个方面:一个是主体,旅游者方面;另一个是客体,旅游经营企业方面。旅游者与旅游经营企业和旅游需求与旅游供给之间的联系构成了旅游经济活动的主要内容,二者对旅游经济活动的进行都有着重要的影响。影响主体的因素有人们的可支配收入与闲暇时间,另外,旅游者个人精力也是重要因素。影响客体的主要因素有旅游资源的状况和保证旅游者参观过程中的配套措施,这两者的结合成为旅游经济活动形成的物质基础。影响客体的另一个因素是服务水平。

1. 主体因素

人们的可自由支配收入。所谓可自由支配收入是指扣除全部税收及社会消费,以及生活必需消费部分之后所余下的收入。旅游消费属于需求弹性较大的高层次消费,人们只有在衣、食、住、行等基本生活需要得到满足之后,才会考虑较高层次的消费。正如19世纪德国的统计学家恩格尔在“恩格尔定律”中指出,当人们收入水平增加时,用于满足生存需要的必要生活消费在总支出中所占的比重会越来越小,而文化费用所占的比重会快速增加,奢侈品项目的增长速度会快于收入增长的速度。可自由支配收入的存在是旅游活动的基础,并决定了旅游者的旅游消费水平的高低。一般来说,社会经济越发达,人们可自由支配收入越多,用于旅游的消费就越多。而且,当可自由支配收入能够满足外出旅游所需的经济条件时,每增加一定比例的收入,旅游消费便会以更大的比例增加。

余暇时间。余暇时间也可称为可自由支配时间,是人们在日常工作、学习、生活及其他必需时间之外,可用于自由支配、从事消遣娱乐或自己乐于从事的任何其他事情的时间。旅游消费不同于其他商品的消费,其他商品是通过物质产品的流动和所有权的转移而被使用者消费的,而旅游是需要旅游者前往旅游目的地消费,旅游产品的所有权并不发生转移。在这个过程中,旅游者不但要支付一定量的可支配收入用于旅途中和在旅游目的地花费,而且必须要支付一定量的时间,用于从居住地到目的地、目的地停留期间及从目的地返回原住地的时间消耗。虽然余暇时间本身不是一个经济范畴,但却是以整个社会经济发展水平为基础的。社会经济越发达,劳动生产力水平越高,社会在生产中用于满足全社会物质需要的社会必要劳动时间就越少而用于满足社会成员在文化教育和休息的时间就越多。旅游需要时间,而且需要一定数量较为集中的余暇时间。余暇时间按时间长短可分为每日余暇、每周余暇、公共假日和带薪假期四种。其中,公共假日特别是带薪假期对旅游尤为重要,是保证旅游经济活动顺利进行的必要条件。总之,人们拥有的余暇时间越多,旅游经济活动进行的条件就越充分。

2. 客体因素

旅游资源的存在。旅游资源包括自然资源和人文资源两大类,是对旅游者具有吸引力的各种自然因素和社会因素的总和。它们具有使用价值,能满足旅游者欣赏、参观、浏览和享受的需要。旅游活动的客体,一般是指一国或地区已经被开发和利用的旅游资源,是旅游业赖以存在和发展的基本条件,也是旅游经济活动进行的必要前提。世界上许多旅游资源丰富或吸引力较强的国家或地区,旅游业都较为发达。例如,西班牙丰富的旅游资源,特别是其秀丽的海滩,每年吸引四五千万的旅游者前去旅游;巴黎所拥有的众多名胜古迹、得天独厚的自然条件及发达的经济,使之成为观光度假旅游和商务会议旅游的热点城市,每年接待大量旅游者。

旅游设施的存在。旅游设施是旅游者借以进行旅游活动的凭借物,如酒店、餐厅、交通工具、娱乐场所及供水、供电系统、通信系统、道路系统等等。旅游者用于旅游的余暇时间总是有限度的,需要有交通设施来缩短空间距离;旅游者的活动需要住宿设施、娱乐设施来保证。旅游者只有借助于旅游设施,才能到达旅游目的地,并在目的地进行旅游活动。旅游设施的完善与否在很大程度上影响着旅游地的可进入性,是旅游经济活动进行的物质基础。

旅游服务的提供。旅游服务是旅游从业人员借助各种旅游设施、设备向旅游者提供的各种劳务,如住宿服务、导游服务、代办服务等。旅游者在旅游过程中,几乎无时无刻不利用旅游企业所提供的各类服务。旅游服务构成旅游产品的主要部分,是旅游经济活动顺利进行的重要条件。旅游服务包括服务的范围和服务的质量两个层次,二者构成了一国或地区的旅游服务水平。旅游服务水平与旅游经济活动有着密切关系。一般来说,旅游服务水平越高,旅游经济活动进行得越顺利,旅游经济活动的规模也越大;反之,旅游服务水平越低,旅游经济活动进行得越困难,规模就会受到限制。随着现代旅游的发展,旅游者对旅游服务水平的要求越来越高,旅游服务水平对旅游经济活动的实

现具有越来越重要的意义。

除上述几个重要条件以外,旅游经济活动能否顺利进行还要受到其他多种经济和非经济因素的影响,如个人的身体状况、家庭人口结构、政府的政策法规等。

四、旅游经济活动的作用

旅游经济活动的实现与发展全面促进了旅游产业的发展。旅游业是一种地位特殊的服务性行业,其特殊性主要体现在它与国民经济的各个部门存在着密切的联系。旅游业态发展可以带动相关产业的发展从而在一国经济社会发展中占有十分重要的地位。旅游经济不仅在国民经济中占有重要地位,而且对国民经济的发展也起到了重要的促进作用,对经济结构的改善等都具有十分重要的作用。

(一) 增加外汇收入,平衡国际收支

一个国家拥有外汇储备的多少,体现着该国经济实力的大小和国际支付能力的强弱。一国要增加外汇收入,主要通过两种途径:一是通过出口商品获得贸易外汇;二是通过非贸易途径获得非贸易外汇。旅游外汇收入是非贸易外汇的主要组成部分。国际旅游业接待入境旅游者,入境旅游者购买旅游产品,支付外汇,从而获得旅游外汇收入。

旅游业具有的这种创汇功能与其他贸易创汇相比,具有明显的优点。首先旅游业创汇主要靠的是利用旅游目的地国家或地区的旅游资源吸引外国游客前来观光浏览,而旅游目的地国提供的旅游产品大多是无形服务,不需要直接输出物质形态的产品,一方面可以节约外贸出口中的国际间高额运输费用、保险费用等,降低成本;另一方面,由于不需要进行多环节的远距离运输,也降低了风险。其次,相对于贸易出口的换汇率来讲,这种非贸易出口的换汇率比较高,尤其是对发展中国家来讲更是如此。以我国为例,由于我国的劳动生产率比较低,生产同样产品所需花费的时间要高于世界平均水平,而在国际市场上,要根据世界平均的社会必要劳动时间来决定出口商品的价格,这就直接造成了我国贸易出口的商品在国际市场上缺乏价格竞争力,换汇率比较低。而旅游产品的“就地输出”不存在这个问题。外国旅游者来到目的地就地消费,要根据目的地的价格水平来获得旅游产品,这种旅游目的地旅游产品的换汇率就大大高于贸易出口的商品。另外目的地国旅游产品的销售一般不受贸易壁垒的干扰。贸易壁垒是国际上抵制外国商品进入本国市场的一种有力武器,而旅游者的旅游行为不会受各国贸易保护政策的限制。除了以上所述的优点之外,旅游业创汇还具有现汇收入的特点。综上所述,旅游业是最优秀的出口产业。通过旅游活动所换取的外汇收入,在弥补外贸逆差,平衡国际收支方面发挥了巨大作用。

(二) 大量回笼货币

积极发展国内旅游业,不仅能够满足国内广大人民群众对旅游的需求,而且能够大